Government of Canada | Gouvernement du Canada

The Boat Market in Brazil (Pleasure Craft)

March 1999

(Également disponible en français sous le titre, Le marché des embaications de plaisance au Brė sil)

Prepared by the
Team Canada Market Research Centre
and the
Canadian Trade Commissioner Service

© Department of Foreign Affairs and International Trade
(FaxLink no. 38266)

Canada

100-03111/

Report prepared by the Team Canada Market Research Centre
Market Support Division (TCM)
Department of Foreign Affairs and International Trade
125 Sussex Drive, Ottawa K1A 0G2
Fax: (613) 943-1103
E-mail: research.center@dfait-maeci.gc.ca

The Team Canada Market Research Centre produces a wide range of market reports by region and sector for Canadian exporters. These reports are available from:

- the FaxLink Domestic service (613-944-4500); and
- DFAIT's InfoExport Internet site (http://www.infoexport.gc.ca).

The Government of Canada has prepared this report based on primary and secondary sources of information. Readers should take note that the Government of Canada does not guarantee the accuracy of any of the information contained in this report, nor does it necessarily endorse the organizations listed herein. Readers should independently verify the accuracy and reliability of the information.

THE PLEASURE BOAT MARKET IN BRAZIL

Team Canada Inc • Équipe Canada inc

EXECUTIVE SUMMARY

According to 1998 boat registration statistics, there are more than 115 000 pleasure boats (16 feet and over) in Brazil, although local Canadian Embassy analysts estimate the potential to be 200 000 boats. The general Pleasure Boat market category is based on the HS export code 8903 and includes sail and motor yachts, motor boats, inflatable boats, jet-ski/boats, canoes, rowboats, kayaks, catamarans and other personal-use water craft. Estimates of the pleasure boat market value for boats more than 16 feet are elusive, however, the total Brazilian "nautical sector" market, which includes, pleasure boats, diving, fishing, and related recreational marine activities, is estimated at US$900 million per year, with 70% of sales concentrated in the São Paulo metropolitan area.

Annual market demand for new boats in Brazil is about 3% of the current number of boats, or 3000 to 4000 units. However, there is a general consensus among local pleasure boat manufactures and distributors that an increase in finance terms from the current 3 to 6 months, to 12 - 24 months, could improve annual demand to 10 000 units. Industry participants also believe that changes in government policies regarding pleasure boat taxation would further stimulate boat sales. In addition, Brazilian manufactures and distributors speculate that the current 15 000 jet-ski owners would also respond to longer-term financing options and lower tax levies and become pleasure boat owners.

Several opportunities exist for Canadian boat manufactures in the Brazilian pleasure boat market. Most notably, the rapidly growing ecotourism industry is stimulating demand for modern and environmentally sensitive boats that reduce the potential for oil and gasoline discharge into sensitive marine areas. Products with unique design or technologically advanced engines, control systems, or hull designs are highly rated by Brazilian consumers who are motivated by fashion and status. Consumer tastes are significantly influenced by the mostly tropical climate which encourages demand for large and comfortable aft-decks, flybridges, foredeck sun pads, and bathing platforms. Leisure fishing boats are in high demand in the central and northern areas of Brazil.

The presence of Canadian companies in Brazil's pleasure boat market has been limited by a general consumer perception that Canadian manufacturing expertise is confined to canoes and kayaks. However, following the success of the 1998 Team Canada Trade Mission to Latin America, Brazilian consumers have become acutely aware that

Canadian products in general are internationally recognized for quality and performance. Therefore, since the 1998 Trade Mission, Canadian products in general, but not pleasure boats specifically, are enjoying a very good reputation with Brazilian consumers.

Canadian pleasure boat manufactures have the design and technical expertise to meet the preferences of the Brazilian consumer and can capitalize on this generally positive manufacturing reputation, as well as on the momentum of the Team Canada mission, to further penetrate the Brazilian pleasure boat market.

TABLE OF CONTENTS

EXECUTIVE SUMMARY iii

MARKET OVERVIEW 1
Key Factors Shaping Market Growth 2
Opportunities 3

COMPETITIVE ENVIRONMENT 4
Local Capabilities 4
International Competition 5
Canadian Position 5
Competitive Advantage through Canadian Government Policies and Initiatives 6

MARKET LOGISTICS 6
Channels of Distribution 6
Distributors, Wholesalers, Agents, and Sales Representatives 7
Market-entry Considerations 7
Suggested Business Practices 7
Import Regulations 7
Local Standards, Certificates or Registrations 8
Export Credit Risks, Restrictions on Letters of Credit or Currency Controls 8

PROMOTIONAL EVENTS 8

KEY CONTACTS AND SUPPORT SERVICES 10

BIBLIOGRAPHY 11

OTHER REFERENCE MATERIAL 11
Useful Internet Sites 11

THE PLEASURE BOAT MARKET IN BRAZIL

Team Canada Inc • Équipe Canada inc

MARKET OVERVIEW

Brazil has a population of 162 million and a GDP of more than US$800 billion. As such it is Latin America's largest and most diversified economy, holding great promise for Canadian small and medium-sized enterprises engaged in the pleasure boat market. However, given the inflationary consequences of Mexico's 1994 currency crisis on Brazil's economy, consumer and capital goods purchases have dramatically declined. In 1998, the Brazilian economy showed sporadic signs of recovery, with preliminary figures indicating that annual GDP growth had reached 1.1%. However, the Brazilian government predicts the economy will decline by 1% and annual interests rates will average 29% in 1999.

Brazil has over 7000 kilometers of coast line and 16 000 square meters of navigable lakes and rivers. Three million fishing certificates and 100 000 boat driving licences are issued annually. There are 115 000 registered pleasure boats in the country, with most of the demand coming from the middle class.

Canada's Brazilian embassy reports that imports of Canadian pleasure boats to Brazil totaled US$2.6 million in 1996 and US$4.9 million in 1997. Imports from Canada for the period Jan - Aug. 1998 were US$3.7 million. Total world import to Brazil for pleasure boats was US$7.4 million in 1996 and US$12.7 million in 1997. World imports for the period Jan - Aug. 1998 were US$8.4 million.

Although high import duties, transportation costs and complex certification procedures for engines have helped local pleasure boat manufacturers remain competitive, Brazil's manufacturing capacity has nevertheless diminished because of consumer preference for imports that have superior technology and fashionable designs. Imports come mainly from Canada, the United States, Japan and Italy. Canada is the major exporter to Brazil of pleasure/sport yachts (HS 8903.99) and is ranked fourth for exports of motor boats (HS 8903.92) and sixth for sailboats (HS 8903.91). To satisfy these consumer preferences, Brazilian pleasure boat manufacturers have placed greater emphasis on joint ventures with foreign manufacturers as a means of gaining access to new manufacturing technology and product design.

Pleasure boat purchases are predominantly motivated by fashion, technical originality, price and quality. Consumers typically pay for boats in six installments with post-dated

cheques. Exporters should note that advertised prices usually include the interest charges associated with the payment plan. Aggressive marketing is imperative for success in the Brazilian pleasure boat market. Market sales are achieved through authorized dealers and resellers who also provide local service.

Key Factors Shaping Market Growth

In the short term, the Brazilian pleasure boat market is expected to remain at approx. 3000 to 4000 new boats per year unless there is an industry move to liberalize purchasing and credit terms. While there is no specific government policy to impact credit and interest terms for pleasure boat purchases the Brazilian government is proceeding with the privatization of US$50 billion worth of state assets which, according to the *Economist,* will begin to stimulate overall interest rate reduction.

Current government pleasure boat taxation policy is limiting the expansion and growth of the pleasure boat market. Pleasure boats are considered a minority and luxury pursuit and direct and indirect government tax levies are a significant consideration in purchasing decisions. Domestically manufactured boats are taxed at approximately 49% while taxes on imported boats can add more than 200% to the CIF price. There are no specific policy changes underway, however, Brazil's general trade liberalization policy holds promise for future taxation changes.

Over the long term, Brazilian pleasure boat manufactures and distributors predict that the Brazilian pleasure boat market will expand, however, spending on pleasure boats - as with all consumer products - will be strongly influenced by Brazil's general industrial and financial economic performance and by the level of foreign direct investment. Fortunately, foreign direct investment is forecast by the *Economist* to increase in 1999-2000. In fact, on November 13, 1998, the International Monetary Fund (IMF) unveiled a US$41.5 billion loan package to stabilize Brazil's economy and maintain investor confidence.

The combination of the privatization of state assets and the support of the IMF bode well for the Brazilian economy and suggest a receptive market for consumer goods through 1999 - 2000.

Increasing consumer awareness and interest in environmentally sensitive products is encouraging a general demand for modern and technologically advanced products. Environmentally friendly pleasure boats that combine fuel efficiency with a reduced potential for oil and gasoline discharge into sensitive marine areas will appeal to this growing consumer preference. As well, the increasing ecotourism market is stimulating the development of more hotels and improved access to the Amazon River and jungle area, which will further increase demand for such modern and environmentally sensitive pleasure boats. A possibly unintended consequence of increasing accommodations and improved access to more Amazon river areas is a growing demand for leisure

fishing boats. Increased fishing boat demand is particularly evident in the central and northern regions of Brazil - especially in the Mato Grosso and Amazon states.

Opportunities

The Brazilian Pleasure Boat sector has experienced several developments during the 1990's which will affect future market trends and market opportunities.

Brazil's "import craze" of the early 1990's forced the rationalization of the Brazilian pleasure boat manufacturing industry and reduced the number of local manufactures, however, rationalization also fostered improved product quality and technical innovation. Due to these industry changes Brazilian pleasure boat consumers increasingly expect high quality and technically advanced products that local manufacturing companies cannot always supply. This new consumer trend, which is expected to continue, provides good export opportunities for Canadian boat manufactures who are recognized for their consistent product quality and technical leadership.

Declining numbers of Brazilian pleasure boat manufactures and the absence of Brazilian government initiatives to revitalize the industry suggest a continuing market trend to meet consumer demand with imported products. This trend will also be supported by Brazil's general move toward open markets and free trade.

Import pressures and increasingly sophisticated consumer demands are encouraging Brazilian boat manufactures to seek new product knowledge and technical expertise through joint venture arrangements with foreign manufactures. For Canadian manufactures, joint ventures not only offer potential market access, but may also provide a way to circumvent the engine emission certification that is required for imported motor boats. The Canadian Consulate in Sa o Paulo can assist in securing qualified lists of potential partners. (Refer Key Contacts).

Consumer demand for the Canadian Bombardier Sea-Doo has established Brazil as the world's second largest Sea-Doo market with over 15 000 registered Sea-Doo owners. The popularity of the Sea-Doo has created a large pool of pleasure craft users who, with the right financing environment, could become future pleasure boat users.

Short term export opportunities exist if Canadian expertise in boat customization can be combined with the growing ecotourism industry demand for environmentally friendly boats and the spin-off demand for pleasure fishing boats.

To successfully enter the Brazilian Market over the long-term Canadian companies should expect to make a commitment that will be able to weather the possible

macroeconomic shifts, such as interest rate changes and foreign exchange rate fluctuations, that may characterize Brazil's economy as it completes the transition from a developing to a developed country.

COMPETITIVE ENVIRONMENT

Local Capabilities

The 1990s saw a rationalization of local manufacturing capacity as a result of consumer preferences for more technologically advanced products which were, at the time, available predominately from foreign sources. As a result of this rationalization, the number of local manufacturers of larger-sized (over 5 meters) pleasure boats decreased from 45 to 6. Larger-sized boats are mainly imported from non-Latin American sources. During the same period, Brazilian manufactures of smaller-sized (under 5 meters) boats faced strong competition from Argentine manufactures who, in part due to the liberalized trade policies of the regional MERCOSUR organization, are very strong competitors for this size of pleasure boat.

In keeping with Brazilian Government objectives to reduce its direct economic role and move toward an increasingly open and liberal economy, there are no current government initiatives to revitalize or support the local pleasure boat manufacturing industry.

Access to modern technology and design has reduced local manufacturing costs. This reduction has enabled the surviving manufactures remain competitive in the market. Local manufacturing market leaders are Intermarine and Spirit.

Intermarine has been in operation for more than 25 years and has built approximately 2 300 boats. Current product offerings comprise an eight-model 32 - 55 ft portfolio in two distinct ranges - four high performance Offshore power cruiser models and four Motor cruiser models. Production boats are based on Italian - Azimut, and American - Scarab and Cougar designs. Intermarine employs over 350 people in a 20 000 M2 Sã o Paulo facility. Production averages ten boats per month.

Spirit has been in business for just 6 years and builds four Italian - Ferretti 30 - 60 ft Motor cruiser designs in Brazil under licence. Spirit employs 120 people at two separate Sã o Paulo production facilities. Production is 20 - 25 boats per year.

Total local manufacturing capacity for pleasure boats is estimated at 1 500 units per year.

International Competition

The Brazilian pleasure boat market has several major international competitors: Canada, U.S., Japan, Argentina, and Italy. Argentine pleasure boat manufacturers are effective market competitors for boats up to 5 meters in length.

Canada, the United States, France, and Italy are the principle foreign suppliers of boats more than 5 meters in length. Dominant Canadian, US, UK, French, and Italian manufactures are: Bombardier; US, Aquasport, Brunswick, Sea-Ray and Bayline; UK, Fairliner and Sunseeker; France, Beneteau, and Italy, Cranchi.

High import duties, transportation costs, and local certification requirements for engines and other materials can increase the CIF price of a boat by as much as 200%. One strategy to combat these non-tariff barriers has been for foreign manufacturers and importers to supply the market with technological advanced and fashionably desirable products that are less readily available from local manufactures. Such product offerings would include hull design, engine performance and efficiency, luxury refinements, aesthetics, as well as appeal to the status of owning a 'foreign/exotic' pleasure boat.

International companies have traditionally entered the market through the use of aggressive product marketing at local and international trade shows, by advertising in appropriate publications, and by using the existing product distribution channels. In addition, companies have set up joint manufacturing/assembly ventures to avoid trade barriers. For example, personal water craft builders and outboard engine manufactures have assembly operations in the jungle city of Manaus, a special trading zone located 1 130 km up the Amazon River.

Kawasaki, Yamaha, and have sub-assembly production operations in Manaus using SKD (semi-knocked down) kits imported from foreign production facilities. To qualify for fiscal incentives in the Manaus Free Trade Zone, companies must comply with minimum levels of locally made components (which may or may not include labor). Detailed information can be obtained directly from the Free Zone Development Agency - SUFRAMA (Superintendecia do Desenvolvimento da Zona Franca de Manaus) at http://www.SUFRAMA.GOV.BR.

Canadian Position

The Canadian Embassy in Brazil reports that imports of Canadian pleasure boats to Brazil totaled US$2.6 million in 1996 and US$4.9 million in 1997. Imports from Canada for the period Jan - Aug. 1998 were US$3.7 million. Canada is the major exporter to Brazil of pleasure/sport yachts and is ranked fourth for exports of motor boats and sixth for sailboats.

With the exception of Bombardier, and despite the high import ranking of Canadian yacht, motor boat, and sailboat products, Canadian boat manufactures have had limited and sporadic market success in Brazil. While transportation costs, local certification requirements and initial market start-up logistics are indeed disincentives to Brazilian market entry, Canadian boat manufactures are producers of the high quality and technically advanced products that the Brazilian consumer increasingly demands. Moreover, market trends and industry participants agree that the Brazilian pleasure boat market will expand over the long term.

Brazilian pleasure boat market conditions for Canadian exporters may not currently be perfect, however, analysis indicates that the Brazilian market will become more liberalized and accessible during the next few years and that there will be rewards for those companies that position themselves to capitalize on the market changes.

Competitive Advantage through Canadian Government Policies and Initiatives

The Export Development Corporation (EDC) offers export financing and insurance to Canadian exporters. Additionally, insurance can be provided for larger transactions that are subject to the terms and conditions established by the buyer. EDC prefers to work through letters of credit, bank credits or bank guarantees. Details and approval for financing will be considered case by case. For more information please contact EDC.

The Canadian Commercial Corporation (CCC) also offers small and medium-sized Canadian companies access to financing and better payment terms under the Process Payment Program (PPP). The PPP concept was developed as a partnership between major Canadian financial institutions and the CCC. It enables the exporter's bank to open a line of credit for the exporter's benefit, based on CCC approval of the project and the exporter's ability to perform. For more information please contact the CCC.

An alternative source of financing, up to US$5 million, could be obtained through the North Star Trade Finance Company. (Refer key contacts)

MARKET LOGISTICS

Channels of Distribution

Market distribution channels for pleasure boats in Brazil are similar to U.S. and Canadian distribution channels in that product sales are conducted through authorized dealers and resellers. Dealers and resellers are responsible for providing local sales support and product servicing in their areas, while manufacturers and importers are responsible for the quality of the original product, supplying spare parts, providing product training, and conducting most product marketing activities.

Distributors, Wholesalers, Agents, and Sales Representatives

Conducting effective business in Brazil requires a "local partner" who can provide insight into Brazilian business practices and market characteristics and strategies, as well as into legal, financial and current import procedures. A local partner can be either a distributor, wholesaler, agent, direct sales representative or a joint venture partner. The selection of the type of local partner is initially determined by the level of commitment that an exporter is able or willing to undertake. Thereafter, because many local partners do not posses the resources they claim, it is highly recommended that the Canadian exporter personally visit Brazil, observe local conditions and consult with the Canadian Trade Commissioner before selecting a local partner. The ideal local partner should have strong sales experience, with a technical background, have knowledge of Brazilian import regulations and should promote a range of products which complement and not compete with your own products.

Market-entry Considerations

Suggested Business Practices

Personal contact and trust are crucial to a successful business relationship in Brazil. As such, Canadian exporters may need to make frequent visits to Brazil or be willing to cover expenses associated with bringing Brazilian partners to Canada.

While a working knowledge of Portuguese is an asset in conducting business with Brazilian partners, it is not a fundamental prerequisite, since a growing number of Brazilians are conversant in English. While interpreters are easy to find they are expensive.

Brazil has a strong tendency to maintain a separate identity from the rest of Latin America and Brazilian consumers generally prefer English to Spanish product information. However, the success of MERCOSUR has promoted the use of Spanish and Spanish will often be accepted by most business people. For any materials provided in Portuguese, exporters should ensure that translations are provided in Brazilian Portuguese, which differs from the Portuguese spoken in Portugal.

Import Regulations

Goods imported into Brazil need nonautomatic import licences which require approval from government agencies. The description of goods on the commercial invoices accompanying the shipment must be written in both English and Portuguese. Invoices must exactly match the goods being shipped as any discrepancy will cause significant delays. Brazilian import regulations are evolving to reflect greater emphasis on open market policies and free trade. Current regulations should be consulted before any shipments are made.

Local Standards, Certificates or Registrations

Pleasure boats that include engines and electrical components are subject to engine emission standards and electrical standards. Engines require an "emission certificate" which is issued by the Brazilian Ecological Agency (IBAMA). Electrical components and electrical control systems are subject to Brazilian electrical standards which are controlled by the Brazilian Institute of Metrology (INMETRO). The Canadian Embassy in Brazil should be contacted directly for further information and assistance.

Export Credit Risks, Restrictions on Letters of Credit or Currency Controls

Currency control and credit exposure risks are evident in Brazil. Since 1991, most currency and payment restrictions have been lifted though all foreign exchange transactions are still registered with the Brazilian Central Bank. In addition, special constraints on import financing were introduced in March 1997 in an attempt to stem Brazil's growing trade deficit. Pursuant to Provisional Measure 1569 an importer must purchase the foreign exchange for imports financed up to 179 days immediately upon clearing the goods through customs. In the case of a 360 day credit, the foreign exchange must be purchased 180 days in advance of the payment due date.

It is usual business practice in foreign trade operations to ask the importer for a "Confirmed Letter of Credit." Depending on the relationship with the local partner, a "cash against documents" payment, or "draft at sight," can be used. In this case, the shipping documents required to release goods from customs will be consigned to a local bank, previously agreed on by the exporter and Brazilian importer. Documents will then be exchanged by the bank for the required payment. The international transfer of funds from the Brazilian bank will rarely take less than 15 days. Up-to-date information and advice can be obtained from EDC and CCC. (Refer key contacts)

PROMOTIONAL EVENTS

There are four significant local trade shows, of which the most recognized is the Fenagu Show. The other shows are the São Paulo Boat Show, the Nautipesca Boat Show and the Rio de Janeiro Boat Show. With the exception of the Fenagu Show, all shows are sponsored by the two most important local nautical magazines: *Offshore Magazine* (sponsor of the Nautipesca and São Paulo Boat Shows) and *Revista Nautica* (sponsor of the Rio de Janeiro Boat Show).

The annual Miami International Boat show is a major destination for local Brazilian consumers and industry buyers. For advertising and promotional activities, all major U.S. and European magazines are available in São Paulo, Rio de Janeiro and other principal cities. In addition, the majority of boat owners have Internet access.

PROMOTIONAL EVENTS

Event / Description	Organizer
FENAGUA Boat Show Guaruja Yacht Club São Paulo August 1999 One of the most traditional events in the sector.	**São Paulo Trade Convention Center** Av. 9 de Julho 4364 01406-100 São Paulo, Brazil Tel: (55-11) 883-5766 Fax: (55-11) 282-5452 E-mail: rrjv1996@amcham.com.br
Nautipesca Boat Show Anhembi Convention Centre São Paulo November 17-22, 1999 (TBC) First show in 1998 was not well received by industry analysts and the show will have to do well in 1999 to survive.	**Revista Off-Shore/Atol Editora Ltda.** Rua Funchal 203 - cj.111 Vila Olimpia 04551-060 São Paulo, Brazil. Tel:(55-11) 829-3626 Fax: (55-11)-822-8440 E-mail: scuba@dialdata.com.br
São Paulo Boat Show Expo Center Norte São Paulo November 26 - Dec 1, 1999 Until 1998 was held in Rio de Janeiro.	**Revista Nautica** Rua. Mateus Grou, 282 Pinheiros 0544-010, São Paulo, Brazil Tel: (55-11) 282-2355 Fax: (55-11) 883-0991
Rio de Janeiro Boat Show Marina da Gloria Rio de Janeiro Date: TBC Largest and most traditional event in Rio.	**Revista Nautica** Rua. Mateus Grou, 282 Pinheiros 0544-010, São Paulo, Brazil Tel: (55-11) 282-2355 Fax: (55-11) 883-0991
Miami International Boat Show Miami Beach Convention Center Miami, FL, U.S. February 11 - 17 1999 Tel: 305-531-8410 Fax: (305) 534-3139	**NMMA Boat Shows** 400 Arthur Godfrey Rd, Suite 310 Miami Beach FL 33140 U.S.A. Tel: (305) 531-8410 Fax: (305) 534-3139

KEY CONTACTS AND SUPPORT SERVICES

Canadian Contacts

Department of Foreign Affairs and International Trade
Market Support Division
125 Sussex Dr.
Ottawa, ON K1A 0G2
Tel: (613) 944-4000
Fax: (613) 943-1103

Canadian International Development Agency (CIDA)
Place du Centre
200 Promenade du Portage
Hull, QC K1A 0G4
Tel: (819) 997-5456
Fax: (819) 953-5024

Canadian Council for the Americas
360 Bay St.
Toronto, ON M5H 2V6
Tel: (416) 367-4313
Fax: (416) 367-5460

Alliance of Manufactures and Exporters of Canada
1 Nicholas St. Suite 1500,
Ottawa, ON K1N 7B7
Tel: (613) 238-8888
Fax: (613) 563-9218

Export Development Corporation (EDC)
151 O'Connor St.
P.O. Box 655
Ottawa, ON K1P 5T9
Tel: (613) 598-2500
Fax: (613) 237-2690

Industry Canada
235 Queen St.
Ottawa, ON K1A O5H
Tel: (613) 952-0218
Fax: (613) 941-8464

Canadian Consulate General - São Paulo
Av. Paulista 854, 5th Floor
01310 - 913 São Paulo, Brazil
Tel: (55-11) 253-4944
Fax: (55-11) 3171-0058
E-mail: commerce@spalo01

Brazil Chamber of Commerce
360 Bay St.
Toronto, ON M5H 2V6
Tel: (416) 364-3555
Fax: (416) 364-3453

Northstar Trade Finance Inc
205 - 5811 Cooney Road
Richmond
B.C. V6X 3M1
Tel: (604) 664-5828
http://www.northstar.ca

Brazilian Contacts

Camara de Comerco Brasil-Canada (Brazil-Canada Chamber of Commerce)
Av. Brigardeira Faria Lima,
2431 - Suite 42, 01452-000,
São Paulo, Brasil.
Tel: (55-11) 815-6420
Fax: (55-11) 814-8226

Embassy of Brazil
450 Wilbrod St.
Ottawa, ON K1G 4R4
Tel: (613) 237-1090
Fax: (613) 237-6144
E-mail: brasemb@ottawa.net

BIBLIOGRAPHY

Astor, Michael. "Brazil Confident Despite Economy," *Associated Press*, November 19, 1998.

Blustein, Paul. "U.S., IMF Announce Plan to Avert Brazilian Crisis," *Washington Post*, November 14, 1998, p. A01.

Canadian Business Journal, "Opening the Doors," Vol. 71, No. 4, March 13, 1998, p. S3.

The Economist. "Cracking the Brazil Nuts," October 31,1998.

The Economist Intelligence Unit. "Country Reports: The Americas - Brazil," May 29, 1998.

International Boat Industry. "Brazilian Business Report," August/September 1998

OTHER REFERENCE MATERIAL

Useful Internet Sites

Department of Foreign Affairs and International Trade: **http://www.dfait-maeci.gc.ca**

Industry Canada's *Strategis* information site: **http://www.strategis.gc.ca**

Infoexport: **http://www.infoexport.gc.ca**

Brazilian Central Bank: **http://www.bcb.gov.br**

Brazilian Development Bank: **http://www.bndes.gov.br**

Brazilian Ministry of External Relations: **http://www.mre.gov.br**

Brazilian Ministry of Finance: **http://www.fazenda.gov.br**

Brazilian Institute of Geography and Economics: **http:// www.ibge.gov.br**

Brazilian Support Service to Small Business: **http://www.sebrae.org.br**

American Chamber of Commerce in Brazil: **http://www.amcham.com.br**

READER EVALUATION

Please help the Team Canada Market Research Centre to produce market reports which meet your information needs by completing this evaluation form and returning it by fax (613) 943-1103. Thank you for your valuable input.

1. How did you obtain a copy of this market report?
   - G InfoCentre FaxLink system
   - G InfoCentre help line
   - G Local government office
   - G Government Internet site
   - G Other: _____

2. How would you describe this market report?

	Strongly agree	Agree	No opinion	Disagree	Strongly disagree
Useful	G	G	G	G	G
Complete	G	G	G	G	G
Well organized	G	G	G	G	G
Well written	G	G	G	G	G
Ideal length	G	G	G	G	G

3. In what form do you prefer to obtain these reports?
   - G Print
   - G Electronic

4. Based on the information in this report, what specific action(s) does your organization plan to take in this market? Check all that apply.
   - G Seek an agent/distributor
   - G Visit the market
   - G Do more research
   - G Other: _____ _____
   - G Contact Canadian trade office abroad
   - G Participate in a trade show abroad
   - G Nothing

5. What other market reports would be of benefit to your organization? Please identify specific products and countries. _____
_____
_____
_____

6. Which of the following categories best describes your organization? Check one only.
   - G Processor/manufacturer
   - G Trading house
   - G Export service provider
   - G Industry/trade association
   - G Government
   - G Student/academia
   - G Consultant
   - G Other: _____

7. What were your organization's total sales last year, in Canadian dollars?
   - G Less than $10 million
   - G More than $50 million
   - G $10 million to $50 million
   - G Not applicable

Additional comments/suggestions for improvement: _____
_____
_____
_____
_____
_____

OPTIONAL — The name of your organization is: _____

Government of Canada / Gouvernement du Canada

Le marché des embarcations de plaisance au Brésil

mars 1999

(Also available in English under the title, The Pleasure Boat Market in Brazil)

Préparé par
le Centre des études de marché d'Équipe Canada
et
le Service canadien des délégués commerciaux

© Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
(FaxLink n° 38266)

Canada

Rapport préparé par le Centre des études de marché d'Équipe Canada
Direction de l'appui aux marchés (TCM)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2
Télécopieur : (613) 943-1103
Courrier électronique : research.center@dfait-maeci.gc.ca

Le Centre des études de marché d'Équipe Canada produit à l'intention des exportateurs canadiens un grand nombre de rapports par région et par secteur. Ces rapports sont disponibles sur :

— le FaxLink national (613-944-4500);
— le site Internet InfoExport du MAECI (http://www.infoexport.gc.ca).

Le gouvernement du Canada a préparé le présent rapport à l'aide de sources d'information primaires et secondaires. Il ne saurait garantir l'exactitude des renseignements que renferme ce document et n'accorde pas forcément sa caution aux entités dont le nom y figure. Il appartient aux lecteurs de vérifier l'exactitude et la fiabilité des données présentées dans les pages qui suivent.

LE MARCHÉ DES EMBARCATIONS DE PLAISANCE AU BRÉSIL

Équipe Canada inc • Team Canada Inc

RÉSUMÉ

D'après les statistiques de 1998 sur l'immatriculation des bateaux, il y a actuellement au Brésil plus de 115 000 embarcations de plaisance (de 16 pieds et plus). Cela dit, les analystes à l'ambassade du Canada au Brésil pensent que le nombre de ces embarcations pourrait être de 200 000. La grande catégorie des embarcations de plaisance correspond au code nº 8903 du système harmonisé et comprend les voiliers, les yachts, les embarcations à moteur, les bateaux gonflables, les canoë s, les bateaux à rames, les kayaks, les catamarans et d'autres embarcations pour usage récréatif personnel. S'il est difficile d'estimer la valeur du marché des embarcations de plaisance (de plus de 16 pieds), la valeur totale du marché du nautisme au Brésil (lequel comprend les embarcations de plaisance, les bateaux de plongée et les bateaux de pêche) a été estimée à 900 millions de dollars américains par année, 70 % des ventes étant concentrées dans la région métropolitaine de Sã o Paulo.

La demande annuelle d'embarcations neuves au Brésil correspond à 3 % environ du nombre d'embarcations qu'on y trouve actuellement et représente entre 3 000 et 4 000 unités par année. Toutefois, les distributeurs et les fabricants brésiliens s'entendent pour dire que si la période de remboursement des emprunts pouvait être allongée (pour se situer entre 12 et 24 mois, au lieu de 3 à 6 mois), la demande annuelle pourrait grimper et totaliser 10 000 unités. Les intervenants dans l'industrie considèrent par ailleurs que la modification du régime de taxes applicables aux embarcations de plaisance constituerait une autre mesure qui stimulerait les ventes. Enfin, les distributeurs et les fabricants brésiliens pensent que si l'on abaissait les taxes sur ces embarcations et si l'on offrait une période de remboursement des emprunts plus longue aux 15 000 propriétaires actuels de motomarines, ces derniers se laisseraient tenter par d'autres types d'embarcations de plaisance.

Il existe de nombreux débouchés pour les fabricants canadiens d'embarcations de plaisance sur le marché brésilien. En particulier, l'expansion rapide de l'écotourisme stimule la demande d'embarcations modernes et écologiques qui permettront de réduire le risque de déversement dans les eaux marines écologiquement vulnérables. Les embarcations dont le design est unique, notamment par la conception de la coque, et celles qui sont dotées d'un moteur ou d'un système de commande à la fine pointe de la technologie sont très prisées par les consommateurs brésiliens, pour lesquels mode et prestige sont d'importants motifs d'achat. Les goû ts des consommateurs sont largement

déterminés par le climat tropical que l'on trouve dans la quasi-totalité du Brésil. Aussi ne faut-il pas soleil étonner que ces derniers recherchent des ponts vastes et confortables (pont bain de soleil, pont arrière, pont supérieur, pont baignade). Les embarcations pour la pêche sportive sont très en demande dans le Centre et le Nord du Brésil.

La présence d'entreprises canadiennes sur le marché brésilien des embarcations de plaisance a jusqu'à maintenant été restreinte du fait que la majorité des consommateurs pensent que le Canada ne sait fabriquer que des canoë s et des kayaks. Toutefois, grâ ce au succès qu'a remporté en 1998 la mission commerciale d'Équipe Canada en Amérique latine, les consommateurs brésiliens savent désormais très bien que les produits canadiens en général sont reconnus mondialement pour leur qualité et leur performance. Par conséquent, depuis cette mission en 1998, les produits canadiens dans leur ensemble, pas uniquement les embarcations de plaisance, ont bonne réputation au Brésil.

Les fabricants canadiens d'embarcations de plaisance ont les compétences voulues sur le plan du design comme sur celui de la technique, pour répondre aux goû ts des consommateurs brésiliens. De plus, pour pénétrer davantage ce marché, ils sont maintenant forts de la réputation dont jouissent les produits manufacturés canadiens et des progrès réalisés dans le cadre de la mission d'Équipe Canada au Brésil.

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ iii

APERÇU DU MARCHÉ 1
Facteurs déterminants pour la croissance à venir 2
Débouchés 3

CONCURRENCE 4
Compétences locales 4
Concurrence internationale 5
Position du Canada 6
Avantage concurrentiel attribuable aux politiques et aux initiatives du gouvernement du Canada 7

LOGISTIQUE DU MARCHÉ 8
Circuits de distribution 8
Distributeurs, grossistes, agents et représentants 8
Facteurs à considérer pour accéder au marché 8
Pratiques commerciales proposées 8
Règlements en matière d'importation 9
Normes, certificats et enregistrements locaux nécessaires 9
Risques associés au crédit à l'exportation, restrictions sur les lettres de crédit ou sur le contrôle des devises 9

ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES 11

PRINCIPAUX CONTACTS CLÉS ET SERVICES DE SOUTIEN 13

BIBLIOGRAPHIE 14

AUTRES DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE 14
Sites Internet utiles 14

LE MARCHÉ DES EMBARCATIONS DE PLAISANCE AU BRÉSIL

Équipe Canada inc • Team Canada Inc

APERÇU DU MARCHÉ

Le Brésil a une population de 162 millions et un PIB de plus de 800 milliards de dollars américains. Son économie est la plus importante et la plus diversifiée en Amérique latine. Aussi ce pays représente-t-il un marché très prometteur pour les PME canadiennes dans le secteur des embarcations de plaisance. Toutefois, compte tenu des répercussions inflationnistes qu'a eue au Brésil la crise monétaire ayant sévi au Mexique en 1994, on a assisté sur le marché brésilien à un fort repli des ventes de biens de consommation et de biens d'équipement. En 1998, l'économie brésilienne donnait des signes sporadiques de reprise, les données préliminaires indiquant que le taux de croissance annuelle du PIB avait atteint 1,1 %. Cependant, les autorités brésiliennes prévoient que l'activité économique diminuera d'un pour cent et que les taux d'intérêt annuels s'établiront, en moyenne, à 29 %.

La côte brésilienne s'étend sur plus de 7 000 kilomètres et les cours d'eau navigables du pays couvrent une superficie de 16 000 mètres carrés. Chaque année, les autorités délivrent trois millions de permis de pêche et 100 000 permis de conduire une embarcation de plaisance. Le nombre d'embarcations immatriculées dépasse 115 000. La majorité des demandes d'immatriculation sont faites par des membres de la classe moyenne.

D'après l'ambassade du Canada au Brésil, les importations brésiliennes d'embarcations de plaisance fabriquées au Canada ont totalisé 2,6 millions de dollars américains en 1996 et 4,9 millions en 1997. Entre janvier et août 1998, la valeur de ces importations était de 3,7 millions de dollars américains. Les importations brésiliennes totales d'embarcations de plaisance s'élevaient à 7,4 millions de dollars américains en 1996 et à 12,7 millions en 1997. Entre janvier et juin 1998, la valeur de ces importations était de 8,4 millions de dollars américains.

Si des droits de douane et des coûts de transport élevés de même que des règles complexes pour l'homologation des moteurs ont aidé les fabricants brésiliens a demeurer compétitifs, la production brésilienne d'embarcations de plaisance a diminué. Les consommateurs brèsiliens manifestent une préférence pour les embarcations importées, supérieures sur le plan technique et plus attrayantes du point de vue du design. Les importations proviennent principalement du Canada, des États-Unis, du Japon et d'Italie.Le Canada occupe sur le marché brésilien la première place pour ses

exportations de yachts de plaisance/de sport (système harmonisé, code nº 8903.99), la quatrième place pour ses exportations bateaux à moteur (nº 8903.92) et la sixième place pour ses exportations de bateaux à voile (code nº 8903.91). Pour répondre aux goûts des consommateurs, les fabricants brésiliens ont commencé à se tourner vers les coentreprises avec des fabricants étrangers afin d'avoir accès aux nouvelles technologies de fabrication et aux nouvelles techniques de design de produit.

Pour les embarcations de plaisance, les principaux motifs d'achat des consommateurs brésiliens sont les suivants : prestige, originalité technique, prix, qualité. En général, les consommateurs paient les embarcations en six versements (six chèques postdatés). Les exportateurs noteront que les prix annoncés comprennent habituellement les frais d'intérêt associés au plan de paiement. Pour réussir sur le marché brésilien des embarcations de plaisance, il faut des campagnes de promotion dynamiques. Les ventes se font par l'intermédiaire de distributeurs autorisés et de revendeurs qui assurent le service après-vente.

Facteurs déterminants pour la croissance à venir

À court terme, on s'attend que la demande d'embarcations de plaisance sur le marché brésilien continuera de se situer entre 3 000 et 4 000 unités par année, à moins que l'industrie ne décide d'assouplir les modalités d'achat et de crédit. Bien qu'il n'y ait pas de politique particulière en ce qui a trait aux modalités de crédit et aux taux d'intérêt applicables aux embarcations de plaisance, le gouvernement brésilien procède actuellement à la privatisation d'installations d'une valeur de 5 milliards de dollars, ce qui, d'après la revue *The Economist*, favorisera une baisse générale des taux d'intérêt.

La politique actuelle du gouvernement brésilien concernant les taxes applicables aux embarcations de plaisance limite l'expansion et la croissance de ce marché. Au Brésil, la navigation de plaisance n'est accessible qu'à une fraction de la population et les embarcations sont considérées comme produit de luxe. Les taxes, tant directes qu'indirectes, constituent un facteur qui a beaucoup de poids dans la décision d'achat. Les taxes applicables aux embarcations fabriquées localement représentent environ 49 % du prix alors que celles applicables aux embarcations importées représentent 200 % du prix CAF. À l'heure actuelle, on n'entrevoit aucune modification de ce régime de taxes, mais la politique globale de libéralisation économique que poursuit le Brésil pourrait vraisemblablement engager de tels changements dans l'avenir.

À long terme, les fabricants et distributeurs brésiliens prévoient que le marché des embarcations de plaisance prendra de l'expansion. Cependant, les achats d'embarcations, comme du reste les achats de tous les autres produits de consommation, dépendront dans une très large mesure de la performance industrielle et financière du pays et de l'importance de l'investissement étranger direct. Heureusement, la revue *The Economist* prévoit un accroissement de cet investissement pour 1999-2000. En fait, le 13 novembre 1998, le Fonds monétaire international (FMI) a

annoncé un programme de prêts de 41,5 milliards de dollars pour stabiliser l'économie brésilienne et soutenir la confiance des investisseurs.

La privatisation d'actifs de l'État et le soutien du FMI sont de bon augure pour l'économie brésilienne et laissent croire qu'il y aura progression de la demande de produits de consommation sur ce marché au cours des années 1999 et 2000.

La population brésilienne connaît et recherche de plus en plus des produits écologiques et cela stimule la demande de produits techniquement avancés. Les embarcations écologiques qui ont à la fois un bon rendement énergétique et permettent de réduire le risque de déversement dans les eaux marines écologiquement vulnérables gagnent la faveur des consommateurs. De plus, l'expansion du marché de l'écotourisme, parce qu'il stimule la construction d'hôtels et l'aménagement de voies d'accès à l'Amazone et à la jungle brésilienne, fera croître encore davantage la demande d'embarcations de plaisance modernes et écologiques. Par ailleurs, la construction d'hôtels et l'aménagement de voies d'accès à l'Amazone a une autre conséquence, qui n'avait peut-être pas été prévue : l'augmentation de la demande d'embarcations pour la pêche sportive, en particulier dans le Centre et le Nord du Brésil, soit dans les États du Mato Grosso et d'Amazonas.

Débouchés

Au cours des années 90, on a assisté à plusieurs développements dans le secteur brésilien des embarcations de plaisance, lesquels influeront sur les tendances et sur les débouchés futurs sur ce marché.

L'engouement des Brésiliens au début des années 90 pour les produits importés a entraîné une rationalisation du secteur brésilien des embarcations de plaisance et a réduit le nombre de fabricants locaux. Mais cette rationalisation a également donné lieu à l'amélioration de la qualité des produits et à des innovations techniques. En raison de ces changements, les consommateurs brésiliens exigent des embarcations de qualité, techniquement avancées, soit des embarcations que les fabricants locaux ne sont pas toujours en mesure de produire. Cette tendance de la consommation, qui devrait se poursuivre prévoit-on, offrira des possibilités intéressantes pour les fabricants canadiens dont les produits sont réputés pour la constance de leur qualité et leur sophistication.

Parce qu'on assiste à une réduction du nombre de fabricants brésiliens d'embarcations de plaisance et parce que les autorités brésiliennes ne prennent pas de mesures pour revitaliser ce secteur, il est raisonnable de conclure que le Brésil continuera de compter sur les produits importés pour satisfaire la demande. La décision du Brésil d'ouvrir ses marchés et de libéraliser ses échanges renforceront cette tendance.

Les pressions exercées par les importations et les exigences accrues des consommateurs incitent les fabricants brésiliens à chercher à étendre leurs connaissances sur les produits ainsi que leur expertise technique au moyen de coentreprises avec des fabricants étrangers. Pour les fabricants canadiens, les coentreprises offrent non seulement un accès au marché, mais constituent un moyen de contourner les exigences relatives à l'homologation des émissions. Le consulat canadien à São Paulo peut fournir aux entreprises canadiennes une liste de bons partenaires potentiels (voir Principaux contacts).

Le Brésil est le deuxième marché en importance au monde pour le nombre de motomarines Sea-Doo de Bombardier que l'on y trouve : 15 000 appareils immatriculés en tout. La popularité de la Sea-Doo a créé un vaste bassin d'utilisateurs d'embarcations de plaisance qui, s'ils se voyaient proposer des modalités de crédit attrayantes, pourraient se laisser tenter par d'autres types d'embarcations.

À court terme, le marché brésilien offrira des possibilités intéressantes aux entreprises canadiennes qui sauront tirer parti de leurs compétences dans le domaine de la personnalisation pour répondre à la demande engendrée par l'expansion du secteur de l'écotourisme, à savoir la demande d'embarcations écologiques et d'embarcations pour la pêche sportive.

À long terme, pour s'établir et avoir de bons résultats sur le marché brésilien, les entreprises canadiennes devront être prêtes à composer avec les perturbations macro-économiques éventuelles, notamment les variations des taux d'intérêt et du taux de change qui pourront survenir au Brésil durant son passage de pays en développement à pays développé.

CONCURRENCE

Compétences locales

Au cours des années 90, on a assisté à la rationalisation du secteur brésilien des embarcations à moteur, les consommateurs ayant montré une préférence pour des produits plus perfectionnés qui, à l'époque, étaient majoritairement des produits étrangers. Du fait de cette rationalisation, le nombre de fabricants locaux de grosses embarcations de plaisance (de plus de 5 mètres) a été réduit de 45 à 6. La majorité des grosses embarcations proviennent de sources autres que les pays d'Amérique latine. Durant la même période, les fabricants brésiliens de petites embarcations de plaisance (de moins de 5 mètres) ont dû s'employer à soutenir la très forte concurrence des fabricants argentins qui, en partie en raison des politiques de libéralisation des échanges mises en place dans le cadre du MERCOSUR, sont devenus des concurrents redoutables sur le marchés des petites embarcations.

Parce qu'il s'est donné comme objectif de réduire ses interventions économiques directes et de libéraliser progressivement l'économie, le gouvernement brésilien n'a pas pris de mesures pour revitaliser ou soutenir le secteur des embarcations de plaisance.

L'accès aux nouvelles techniques de design et aux technologies de pointe a permis aux fabricants locaux qui ont survécu à la rationalisation de réduire leurs coûts et de rester compétitifs. Les principaux fabricants locaux sont **Intermarine** et **Spirit**.

Intermarine, établie depuis plus de 25 ans, a jusqu'à maintenant construit quelque 2 300 embarcations. À l'heure actuelle, la société propose deux séries d'embarcations (de 32 à 55 pieds) comprenant quatre modèles chacune, la série des bateaux haute performance de pêche-croisière cotière et les bateaux de croisière à moteur. Ces embarcations s'inspirent du modèle italien Azimut et des modèles américains Scarab et Cougar. Intermarine emploie plus de 350 personnes dans un atelier de 20 000 mètres carrés à São Paulo et produit en moyenne dix embarcations par mois.

Spirit, qui n'existe que depuis six ans seulement, fabrique sous licence pour la société italienne Feretti quatre modèles de bateaux de croisière à moteur dont la longueur se situe entre 30 et 60 pieds. L'entreprise emploie 120 personnes dans deux ateliers à São Paulo et produit entre 20 et 25 embarcations par année.

La capacité locale de fabrication d'embarcations de plaisance a été estimée à 1 500 unités par année au total.

Concurrence internationale

Plusieurs grands fournisseurs internationaux se font concurrence sur le marché brésilien des embarcations de plaisance, à savoir le Canada, les États-Unis, le Japon, l'Argentine et l'Italie. L'Argentine n'est en mesure de soutenir la concurrence que dans la catégorie des embarcations de 5 mètres ou moins.

Le Canada, les États-Unis, la France et l'Italie sont les principaux fournisseurs étrangers d'embarcations de plus de 5 mètres. Les principaux fabricants sont : Bombardier (Canada); Aquasport, Brunswick, Sea-Ray et Bayline (États-Unis); Fairliner et Sunseeker (Grande-Bretagne); Bénéteau (France) et Cranchi (Italie).

Des droits de douane et des frais de transport élevés de même que les frais associés à l'homologation des moteurs et d'autres matériaux peuvent faire en sorte que le prix de vente d'une embarcation importée représentera jusqu'à 200 % le prix CAF. Pour contrer ces obstacles non tarifaires, les importateurs brésiliens et les fabricants étrangers proposent sur le marché des produits perfectionnés au goût du jour que ne peuvent pas facilement offrir les fabricants locaux. Les fabricants étrangers ont intérêt à faire valoir les avantages particuliers de leurs produits (conception de la coque; performance et efficacité du moteur; éléments de luxe; raffinement de la conception) et bien entendu,

d'insister sur le prestige associé au fait d'être propriétaire d'une embarcation étrangère/exotique.

Jusqu'à maintenant, les entreprises internationales ont eu recours aux moyens suivants pour entrer sur ce marché : promotion énergique de leurs produits aux foires locales et internationales, annonces dans les publications spécialisées et recours aux circuits de distribution existants. Et pour contourner les obstacles tarifaires, certaines entreprises ont eu recours à des partenariats de fabrication et d'assemblage. Par exemple, les constructeurs d'embarcations de plaisance pour usage récréatif personnel et les fabricants de moteurs hors-bord ont ouvert des installations de fabrication dans la jungle brésilienne, dans la ville de Manaus, qui est une zone de libre-échange, située en bordure de l'Amazone, à 1 130 kilomètres à l'intérieur des terres.

Les sociétés Kawasaki et Yamaha ont des installations d'assemblage à Manaus où elles utilisent des composantes semi-assemblées qu'elles importent de leurs installations à l'étranger. Pour avoir droit aux incitatifs fiscaux dans la zone de libre-échange de Manaus, les entreprises doivent respecter les exigences minimales en matière de contenu local (ces exigences portent sur les pièces et parfois, sur la main-d'oeuvre également). On peut obtenir des renseignements détaillés à ce sujet en s'adressant à SUFRAMA (Superintendecia do Desenvolvimento da Zona Franca de Manaus, bureau de développement de la zone franche de Manaus) à l'adresse Internet suivante : http://www.SUFRAMA.GOV.BR.

Position du Canada

D'après l'ambassade du Canada au Brésil, les importations brésiliennes d'embarcations de plaisance fabriquées au Canada ont totalisé 2,6 millions de dollars américains en 1996 et 4,9 millions en 1997. Entre janvier et août 1998, la valeur de ces importations était de 3,7 millions de dollars américains. Le Canada occupe la première place au monde pour ses exportations de yachts de plaisance/de sport au Brésil, la quatrième place pour ses exportations d'embarcations à moteur et la sixième place pour ses exportations de voiliers.

Abstraction faite de Bombardier et du classement enviable dont jouit le Canada pour ses exportations de yachts, d'embarcations à moteur et de voiliers, les fabricants canadiens d'embarcations de plaisance ont connu au Brésil des succès limités et sporadiques. Si les coûts de transport, les exigences en matière d'homologation et les frais de démarrage représentent bel et bien des facteurs de dissuasion, les fabricants canadiens d'embarcations de plaisance offrent des produits de grande qualité, très sophistiqués, que les consommateurs brésiliens réclament de plus en plus. En outre, d'après les intervenants dans l'industrie (et les tendances observées jusqu'à maintenant semblent leur donner raison), ce marché est appelé à prendre de l'expansion à long terme.

Les conditions sur le marché brésilien des embarcations de plaisance ne sont peut-être pas idéales à l'heure actuelle pour les exportateurs canadiens. Cela dit, diverses analyses indiquent que dans les prochaines années, ce marché est appelé à se libéraliser et à devenir plus accessible. Ainsi, les entreprises qui s'y positionnent afin d'être en mesure de tirer parti des changements qui s'y opéreront s'en trouveront sans doute récompensées.

Avantage concurrentiel attribuable aux politiques et aux initiatives du gouvernement du Canada

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) offre des services de financement et des assurances à l'exportation aux exportateurs canadiens. De plus, des assurances peuvent être offertes pour des opérations de plus grande envergure suivant les conditions déterminées par l'acheteur. La SEE privilégie les lettres de crédit et les crédits ou garanties bancaires. Les demandes de financement et les particularités de ces dernières seront évaluées au cas par cas. Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec la SEE.

La Corporation commerciale canadienne (CCC) est un autre organisme qui, dans le cadre du Programme des paiements progressifs (PPP), offre aux PME canadiennes du financement ainsi que des conditions de remboursement avantageuses. Le PPP est un programme de partenariat entre la CCC et les principales institutions financières canadiennes. Il permet à la banque de l'exportateur d'ouvrir une ligne de crédit pour celui-ci, après que la CCC ait évalué les capacités de l'exportateur et les risques liés au marché. Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec la CCC.

La North Star Trade Finance Company peut également offrir du financement aux entreprises canadiennes, lequel peut aller jusqu'à 5 millions de dollars américains.

LOGISTIQUE DU MARCHÉ

Circuits de distribution

Au Brésil, les circuits de distribution pour les embarcations de plaisance sont les mêmes qu'au Canada et aux États-Unis: les ventes y sont assurées par des distributeurs autorisés et des revendeurs. Les distributeurs et revendeurs sont tenus d'assurer les services d'appui aux ventes et les services après-vente dans leur territoire. Pour leur part, les fabricants et les importateurs sont responsables de la qualité du produit original et sont tenus de fournir les pièces de rechange, de dispenser de la formation sur les produits et d'organiser et de mettre en oeuvre la plupart des activités de promotion.

Distributeurs, grossistes, agents et représentants

Pour faire efficacement des affaires au Brésil, il faut un partenaire local qui connaît les caractéristiques du marché, les usages commerciaux et les stratégies qui y ont cours, les exigences juridiques et financières qui doivent y être respectées ainsi que la réglementation en matière d'importation. Le partenaire local peut être un distributeur, un grossiste, un agent, un représentant ou un coentrepreneur. Le choix du partenaire est d'abord fonction de l'engagement que l'exportateur peut prendre ou est disposé à prendre vis-à-vis du marché. Parce que beaucoup de partenaires locaux n'ont pas les ressources qu'ils prétendent, nous recommandons vivement à l'exportateur canadien, avant d'arrêter son choix, de se rendre sur place pour évaluer les conditions sur le marché et pour consulter le délégué commercial du Canada. Idéalement, le partenaire brésilien aura une solide expérience dans la vente et de bonnes connaissances techniques, il connaîtra la réglementation en matière d'importation et sa gamme de produits complétera celle de l'exportateur.

Facteurs à considérer pour accéder au marché

Pratiques commerciales proposées

Au Brésil, les échanges personnels et la confiance sont la condition sine qua non d'une relation d'affaires fructueuse. Aussi, l'exportateur devra-t-il peut-être se rendre fréquemment au Brésil, sinon assumer les frais de séjour au Canada de son partenaire brésilien.

Bien que ce soit un atout de pouvoir échanger en portugais avec son partenaire brésilien, ce n'est pas indispensable puisque de plus en plus de Brésiliens parlent l'anglais. Les interprètes sont nombreux au Brésil, mais leurs services sont coûteux.

Le Brésil tient beaucoup à son héritage portugais et veut se distinguer des autres pays d'Amérique latine. Les consommateurs brésiliens préfèrent généralement que la

documentation sur le produit soit rédigée en anglais plutôt qu'en espagnol. Toutefois, en raison du succès que connaît le MERCOSUR, l'espagnol est de plus en plus répandu et la plupart des gens d'affaires brésiliens ne se formaliseront pas de l'utilisation de cette langue. Les exportateurs qui voudront faire traduire des documents en portugais devront veiller à ce que cela soit fait dans le portugais parlé au Brésil.

Règlements en matière d'importation

Pour faire entrer des produits au Brésil, l'importateur doit s'adresser aux autorités pour obtenir un licence d'importation. La description donnée sur la facture accompagnant les produits doit être rédigée en anglais et en portugais. Toute différence entre cette description et les produits entraînera de longs retards. La réglementation en matière d'importation reflètent de plus en plus la politique d'ouverture du marché et de libre-échange. Il est important de consulter les règlements avant d'effectuer une livraison.

Normes, certificats et enregistrements locaux nécessaires

Les embarcations de plaisance motorisées comportant des composants électriques sont assujetties à des normes d'émission et à des normes visant les composants électriques. Pour le moteur des embarcations, il faut obtenir un certificat d'émission auprès d'IBAMA (organisme de protection de l'environnement brésilien). Pour ce qui est des composants électriques et du système de commande électrique, ils doivent respecter les normes brésiliennes qui sont établies par INMETRO (institut de métrologie du Brésil). Pour plus de renseignements et pour de l'aide à ce chapitre, communiquer directement avec l'ambassade du Canada au Brésil.

Risques associés au crédit à l'exportation, restrictions sur les lettres de crédit ou sur le contrôle des devises

Au Brésil, le contrôle des devises et les risques associés au crédit sont manifestes. Depuis 1991, la plupart des restrictions concernant les devises et le paiement ont été abolies, quoique toutes les opérations sur devises doivent toujours être signalées à la banque centrale brésilienne. Par ailleurs, afin d'endiguer son déficit commercial, le Brésil adoptait en mars 1997 des règles spéciales en matière de financement des importations. Pour les importations dont le financement est échelonné sur une période allant jusqu'à 179 jours, l'importateur doit, conformément à la mesure provisoire n° 1569, acheter les devises étrangères dès le passage en douane des marchandises en question. Dans le cas d'un crédit de 360 jours, les devises doivent être achetées 180 jours avant l'échéance pour le paiement.

Généralement, on demandera à l'importateur de produire une « lettre de crédit confirmée ». Tout dépendant de la relation que l'exportateur a avec son partenaire local, on pourra recourir au paiement contre documents ou à la traite. Dans ce cas, les

documents d'expédition nécessaires au dédouanement seront remis à une banque locale choisie par l'exportateur et l'importateur. Les documents seront ensuite échangés par la banque contre le paiement requis. Il faut habituellement allouer au moins 15 jours à la banque brésilienne pour qu'elle procède au transfert des fonds requis. Pour obtenir des renseignements à jour et des conseils, on pourra s'adresser à la SEE et à la CCC (voir Principaux contacts).

ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES

Événement /Description	Organisateur
Salon nautique FENAGUA Guaruja Yacht Club São Paulo Août 1999 Un des salons nautiques les plus anciens au Brésil.	**Centre des congrès de São Paulo** Av. 9 de Julho 4364 01406-100 São Paulo, Brésil Téléléphone : (55-11) 883-5766 Télécopieur : (55-11) 282-5452 Courriel: rrjv1996@amcham.com.br
Salon nautique Nautipesca Centre de congrès Anhembi São Paulo Du 17 au 22 novembre (TBC) Le premier salon, tenu en 1998, n'a pas été bien accueilli par les analystes du secteur. Pour qu'il puisse continuer d'avoir lieu, il faudra qu'il ait du succès en 1999.	**Revista Off-Shore/Atol Editora Ltda.** Rua Funchal 203 - cj.111 Vila Olimpia 04551-060 São Paulo, Brésil. Téléphone : (55-11) 829-3626 Télécopieur : (55-11)-822-8440 Courriel: scuba@dialdata.com.br
Salon nautique de São Paulo Expo Center Norte São Paulo Du 26 novembre au 1er décembre 1999 Jusqu'en 1998, ce salon avait lieu à Rio de Janeiro.	**Revista Nautica** Rua. Mateus Grou, 282 Pinheiros 0544-010, São Paulo, Brésil Téléphone : (55-11) 282-2355 Télécopieur : (55-11) 883-0991
Salon nautique de Rio de Janeiro Marina da Gloria Rio de Janeiro Date : TBC Le plus ancien et le plus important salon à Rio.	**Revista Nautica** Rua. Mateus Grou, 282 Pinheiros 0544-010, São Paulo, Brésil Téléphone : (55-11) 282-2355 Télécopieur : (55-11) 883-0991
Salon nautique de Miami Centre de congrès de Miami Beach Miami, Floride. Du 11 au 19 février 1999 Téléphone : 305-531-8410 Télécopieur : (305) 534-3139	**NMMA Boat Shows** 400 Arthur Godfrey Rd, Suite 310 Miami Beach FL 33140 États-Unis Téléphone : (305) 531-8410 Télécopieur : (305) 534-3139

Il y a quatre grandes foires commerciales au Brésil, la plus importante étant Fenagu. Les autres sont le salon nautique de São Paulo, le salon nautique Nautipesca et le salon nautique de Rio de Janeiro. Ces foires, à l'exception de Fenagu, sont parrainées par les deux principales revues nautiques brésiliennes : *Off-Shore Magazine* (salon Nautipesca et salon de São Paulo et *Revista Nautica* (salon de Rio de Janeiro).

Le salon nautique de Miami, qui a lieu chaque année, attire un nombre considérable de consommateurs et d'acheteurs brésiliens. Par ailleurs, toutes les grandes revues

américaines et européennes se vendent à São Paulo, à Rio de Janeiro et dans les autres grandes villes brésiliennes. Ces publications peuvent donc présenter de l'intérêt sur le plan de la publicité ou des activités promotionnelles. Enfin, la majorité des propriétaires d'embarcations de plaisance ont accès à Internet.

PRINCIPAUX CONTACTS CLÉS ET SERVICES DE SOUTIEN

Contacts canadiens

Ministère des Affaires étrangères et du commerce international
Direction de l'appui aux marchés
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Agence canadienne de développement international (ACDI)
Place du Centre
200, promenade du Portage
Hull (Quebec) K1A 0G4
Téléphone : (819) 997-5456
Télécopieur : (819) 953-5024

Conseil canadien pour les Amériques
360, rue Bay
Toronto (Ontario) M5H 2V6
Téléphone : (416) 367-4313
Télécopieur : (416) 367-5460

Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada
1, rue Nicholas, bureau 1500
Ottawa (Ontario) K1N 7B7
Téléphone : (613) 238-8888
Télécopieur : (613) 563-9218

Société pour l'expansion des exportations (SEE)
151, rue O'Connor
C.P. 655
Ottawa (Ontario) K1P 5T9
Téléphone : (613) 598-2500
Télécopieur : (613) 237-2690

Industrie Canada
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A O5H
Téléphone : (613) 952-0218
Télécopieur : (613) 941-8464

Consulat général du Canada - São Paulo
Av. Paulista 854, 5º étage
01310 - 913 São Paulo, Brésil
Téléphone : (55-11) 253-4944
Télécopieur : (55-11) 3171-0058
Courriel: commerce@spalo01

Brazil Chamber of Commerce
360, rue Bay
Toronto (Ontario) M5H 2V6
Téléphone : (416) 364-3555
Télécopieur : (416) 364-3453

Northstar Trade Finance Inc
205 - 5811, chemin Cooney
Richmond (C.-B.) V6X 3M1
Téléphone : (604) 664-5828
http://www.northstar.ca

Contacts brésiliens

Camara de Comerco Brasil-Canada (Chambre de commerce canado-brésilienne)
Av. Brigardeira Faria Lima,
2431 - pièce 42, 01452-000,
São Paulo, Brésil
Téléphone : (55-11) 815-6420
Télécopieur : (55-11) 814-8226

Ambassade du Brésil
450, rue Wilbrod
Ottawa (Ont.) K1G 4R4
Téléphone : (613) 237-1090
Télécopieur : (613) 237-6144
Courriel: brasemb@ottawa.net

BIBLIOGRAPHIE

ASTOR, Michael. « Brazil Confident Despite Economy », *Associated Press*, le 19 novembre 1998.

BLUSTEIN, Paul. « U.S., IMF Announce Plan to Avert Brazilian Crisis », *Washington Post*, le 14 novembre 1998, p. A01.

Canadian Business Journal, « Opening the Doors », vol. 71, nº 4, le 13 mars 1998, p. S3.

The Economist. « Cracking the Brazil Nuts » le 31 octobre1998.

The Economist Intelligence Unit. « Country Reports: The Americas - Brazil », le 29 mai 1998.

International Boat Industry. « Brazilian Business Report », août-septembre 1998.

AUTRES DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

Sites Internet utiles

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international : **http://www.dfait-maeci.gc.ca**

Industrie Canada, site *Strategis* : **http://www.strategis.gc.ca**

Infoexport : **http://www.infoexport.gc.ca**

Banque centrale du Brésil : **http://www.bcb.gov.br**

Banque de développement du Brésil : **http://www.bndes.gov.br**

Ministère brésilien des Affaires étrangères : **http://www.mre.gov.br**

Ministère brésilien des Finances : **http://www.fazenda.gov.br**

Institut brésilien de la géographie et de l'économie : **http://www.ibge.gov.br**

Office brésilien de soutien aux petites entreprises : **http://www.sebrae.org.br**

American Chamber of Commerce in Brazil: **http://www.amcham.com.br**

APPRÉCIATION DU LECTEUR

Veuillez aider le Centre des études de marché d'Équipe Canada à produire des rapports qui répondent à vos besoins en remplissant le formulaire d'évaluation ci-joint et en nous le retournant par télécopieur, au (613) 943-1103. Merci de votre précieuse collaboration.

1. Comment avez-vous obtenu un exemplaire de ce rapport de marché?
   - G FaxLink de l'InfoCentre
   - G Site Internet du gouvernement
   - G Service de renseignements de l'InfoCentre
   - G Bureau régional du gouvernement
   - G Autre : _____

2. Comment décririez-vous le présent rapport de marché?

	Tout à fait d'accord	D'accord	Pas d'opinion	Pas d'accord	Pas du tout d'accord
Utile	G	G	G	G	G
Complet	G	G	G	G	G
Bien présenté	G	G	G	G	G
Bien rédigé	G	G	G	G	G
Longueur idéale	G	G	G	G	G

3. Sous quelle forme préférez-vous recevoir ces rapports?
   - G Imprimé
   - G Version électronique

4. En se fondant sur les renseignements contenus dans le présent rapport, quelles mesures particulières votre entreprise ou organisation prévoit-elle de prendre en ce qui concerne ce marché? Cochez toutes les rubriques qui s'appliquent.
   - G Chercher un agent/distributeur
   - G Visiter le marché
   - G Faire plus de recherche
   - G Autre : _____
   - G Contacter un bureau commercial du Canada à l'étranger
   - G Participer à un salon commercial à l'étranger
   - G Aucune mesure

5. Quels autres rapports de marché seraient utiles à votre entreprise ou organisation? Veuillez énumérer les produits et les pays sur lesquels vous aimeriez qu'ils portent. _____

6. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre entreprise ou organisation? Cochez une case seulement.
   - G Fabrication/transformation
   - G Maison de commerce
   - G Fournisseur de services d'exportation
   - G Association industrielle/commerciale
   - G Organisme gouvernemental
   - G Collège/université
   - G Firme d'experts-conseils
   - G Autre :

7. Quel était le chiffre d'affaires de votre entreprise ou organisation l'an dernier, en dollars canadiens?
   - G Moins de 10 millions de dollars
   - G Plus de 50 millions de dollars
   - G De 10 millions à 50 millions de dollars
   - G Sans objet

Autres commentaires/suggestions : _____

Nom de votre entreprise ou organisation (facultatif) : _____